

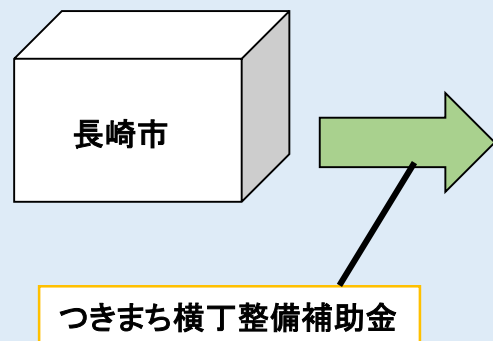
所管事項調査に関する資料
つきまち長崎横丁の進捗状況について

【目次】	ページ
1 つきまち長崎横丁の概要	2
2 進捗状況について(予定を含む)	3 ～ 8
3 開業後の運営について	9
4 参考	10 ～ 11

経済産業部
令和6年11月

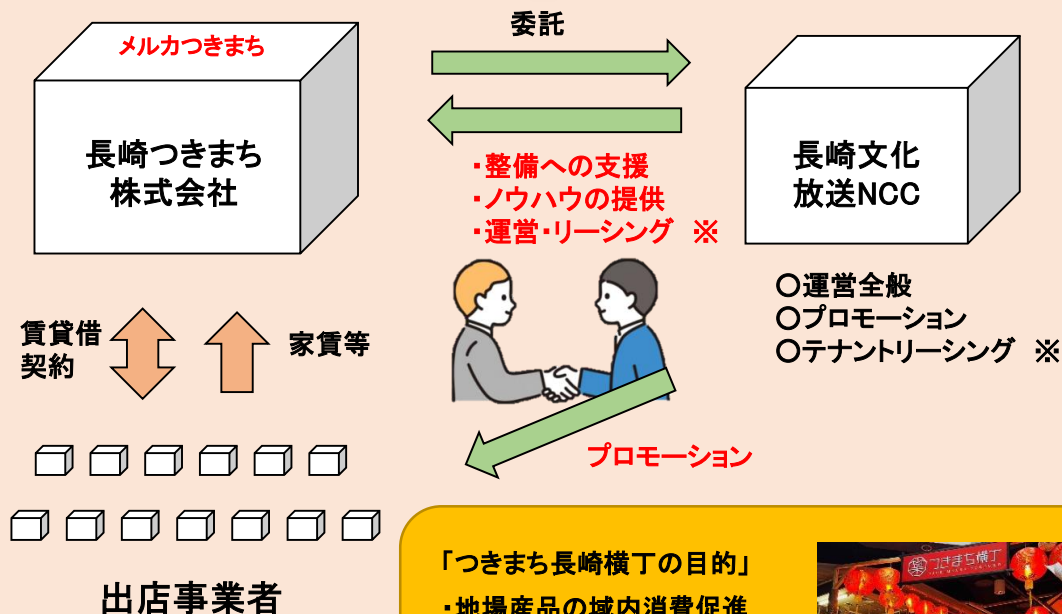
「つきまち長崎横丁」について

地場産品の消費拡大、ナイトタイムエコノミーの活性化及び今後拡大する交流人口のまちなか回遊の拠点の一つとして、食と文化の集積地「つきまち長崎横丁」の常設化を図っており、長崎つきまち株式会社と長崎文化放送株式会社が協力し、開業に向けた準備を進めている。



※ リーシングとは
不動産の賃貸を支援する業務のこと。
賃貸借取引の仲介だけでなく、店舗の
立地動向調査、テナントの構成や賃貸条
件の設計・調整など、賃貸収益性を確保
するためのサービス業務を含む仕事。

つきまち長崎横丁



「つきまち長崎横丁の目的」

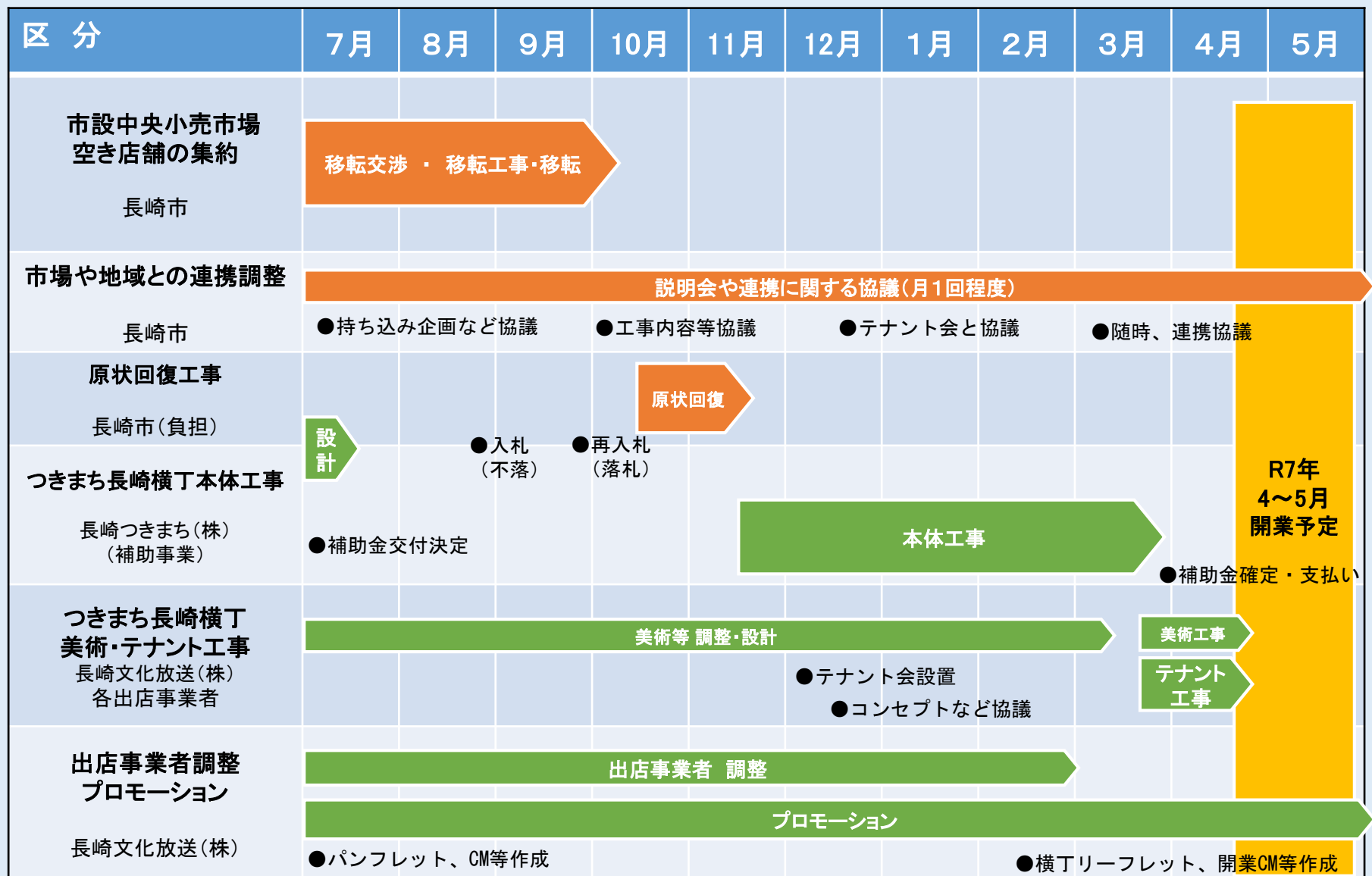
- ・地場産品の域内消費促進
- ・たまり場の創出
- ・回遊の促進
- ・ナイトタイムエコノミーの活性化



2 進捗状況について(予定を含む)

(令和6年)

(令和7年)



R7年
4~5月
開業予定

2 進捗状況について

(前ページからの続き)

「移転交渉・店舗移転」について

「市設中央小売市場（築町市場）」と「つきまち長崎横丁」を効率よく設置し、運営するため、点在していた中央小売市場の店舗を移転・集約した。

その結果、中央小売市場においては、店舗間で相乗効果が表れ、移転前より売り上げが上昇したなどの意見も出ている。

移転後の写真



イメージ図です。
区画の形や面積は、今後の整備の過程で変更となることがあります。



2 進捗状況について

(前ページからの続き)

「市場や地域との連携」について

「つきまち長崎横丁」は、地域全体に賑わいの波及効果を生み出すことをコンセプトとしている。

市としては、横丁事業と市場や地域との連携を促し、スタジアムシティなどで拡大する交流人口の回遊に寄与する拠点の一つとなるよう取組みを支援する。

●市場や商店街・自治会への説明

中央小売市場や築町商店会、築町自治会をはじめ、地域との連携に向けた説明会や関係者との協議を実施。



▲ 築町商店会の総会での説明



▲ 築町自治会の総会での説明

●具体的な連携事業の例(予定)

・「もってこいメシ」

市場の刺身などの商品を横丁に持ち込む制度。

横丁だけで完結するのではなく市場の新鮮な品々の魅力に触れられるエンタメを提供することで、地域経済の活性化に繋げるもの。

・「テナント会と市場等 商談会」

横丁のテナント会と市場等との商談会を開催することで、横丁への卸の観点でも連携を検討中。

・DMOと連携した観光客等へのプロモーション

出島メッセ長崎での会議後のレセプション会場の一つにつきまち長崎横丁を加えたり、公式HPやSNSにおいて紹介するなど、連携事業を検討中。

・築町商店会のアーチにつきまち長崎横丁の告知を掲示

・その他

浜町などの周辺商店街との連携事業や、スタジアムシティなどの大型施設との連携も検討中。

「工事の進捗状況」について

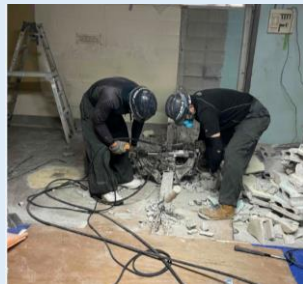
「つきまち長崎横丁」の常設化にあたり、①市場区画の原状回復工事、②本体工事、③美術・テナント工事が必要であり、現在は、①を終了し、②の工事を進めている状況である。

①原状回復工事(長崎市)

市が長崎つきまち(株)に区画を返還するにあたり、原状回復を行うもの。



原状回復工事は、既存店舗に多大なる影響があるため、営業中の看板設置や防音パネルの設置、騒音が少ない機具の選定、騒音工事の時間の調整などを行った。



②本体工事(長崎つきまち(株))

中央小売市場の空き区画につきまち長崎横丁を整備するための本体工事を行うもの。

③美術・テナント工事

(長崎文化放送(株)、各店舗)
つきまち長崎横丁の共有部分の美術工事や各店舗の工事を行うもの。

▼イメージ



【工事説明会等の開催】

つきまち長崎横丁の常設化に向けた各工事は、中央小売市場やメルカつきまちの他のテナント、周辺住民などに大きな影響があるため、説明会や挨拶回りをを行い、出された意見を踏まえて工法の工夫などを行っている。



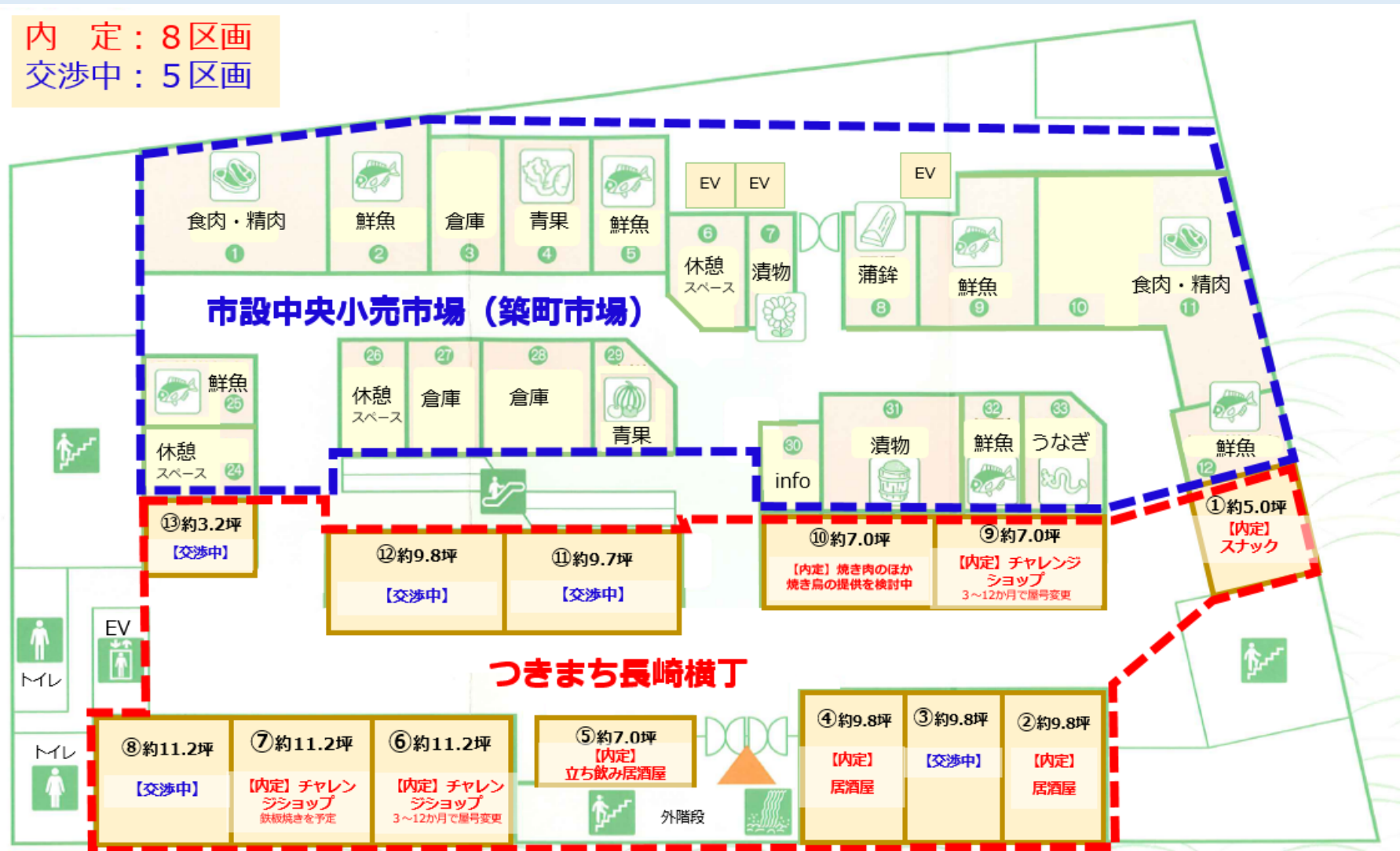
2 進捗状況について

(前ページからの続き)

出店事業者の応募状況(令和6年11月1日時点) 長崎文化放送(株)情報提供

内 定 : 8 区画

交渉中 : 5 区画



イメージ図です。
区画の形や面積は、今後の整備の過程で変更となることがあります。

2 進捗状況について

(前ページからの続き)

「プロモーション」について

長崎文化放送(株)が、テレビ局としてのコンテンツ力、広告力を最大限に発揮してプロモーションを行う。
(市の公式ホームページ等とも連携)

●パンフレット・リーフレット、ホームページ



●CMや番組



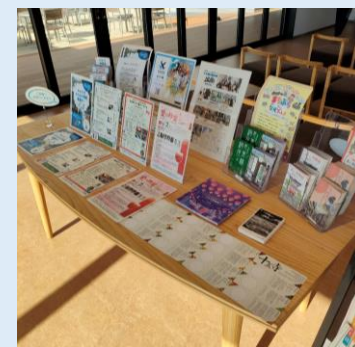
▲開業までの道のりに密着する番組(1回/月)

●公式SNS



●市としての広報
市の各種広報媒体を活用
して周知に協力。(予定含む)

- ・公式ホームページ
- ・公式SNS
- ・各所でポスター掲示及び
パンフレットの配布
- ・大型ビジョンでの番組放送
- ・大型垂れ幕の設置 など



▲市19階情報発信コーナー

※今後も、さまざまな形でプロモーションを実施予定であり、関係団体と連携して取り組んでいく予定

開業後の運営について

開業後は、次のような取組みを行うこととしている。

●集客方法・プロモーション強化

- ・ テレビ局のコンテンツ力を活かした告知
（公式ホームページやSNS、リーフレット等）
- ・ 観光案内所や空港バスのポケットなどにおける告知
- ・ DMOと連携した告知
（出島メッセ長崎でのイベント、DMOの媒体での告知など）
- ・ 継続的なイベントの実施
（エンタメの提供や地産地消イベント、関係団体との協働事業など）

●交通渋滞対策

- ・ 公共交通の要所である中央橋バス停が最寄りとなることを活かす
- ・ アルコール提供を行うため、公共交通機関の利用を促す

●搬入搬出対策

- ・ 横丁店舗への搬入搬出用の車両が増えることによる対策が必要であり、検討中

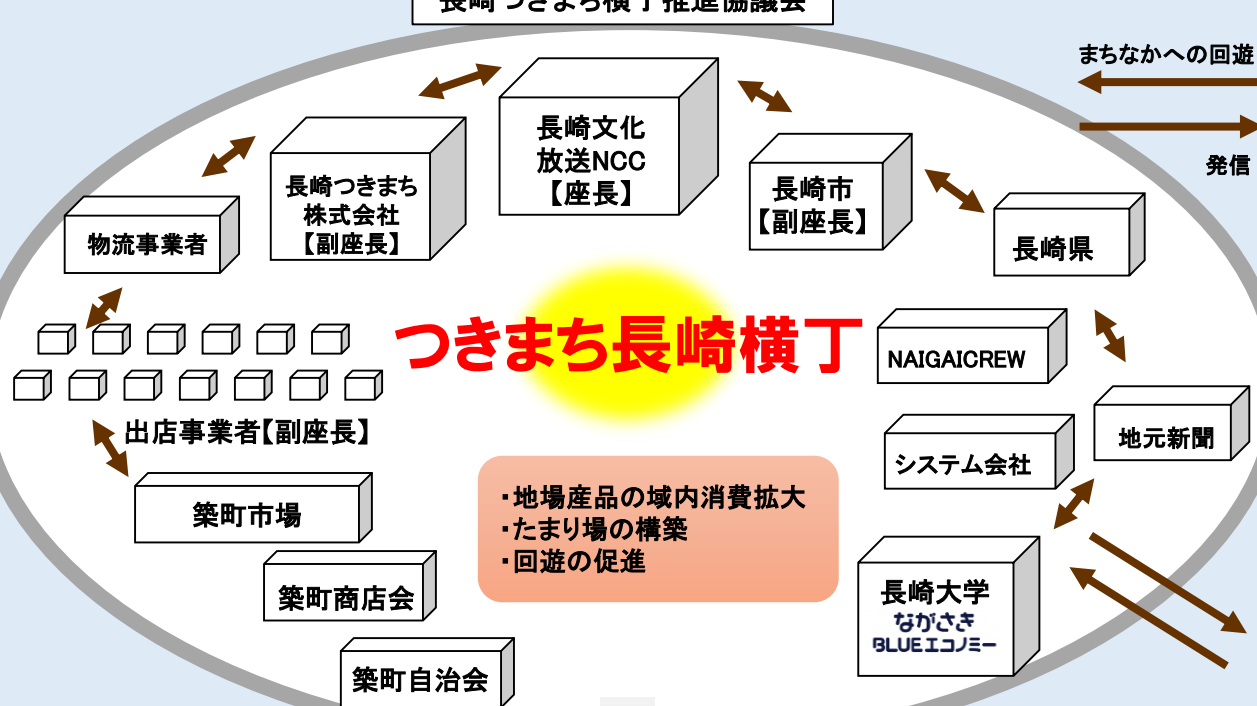
●回遊促進策

- ・ スタジアムシティなどの大型施設との連携事業
- ・ 築町商店会のほか、各商店街との連携事業
- ・ DMOとの連携事業

「つきまち長崎横丁の意義」について

活気あるたまり場・地産地消の拠点・ながさきの食と文化の集積地「つきまち長崎横丁」と産官学連携

長崎つきまち横丁推進協議会



つきまち長崎横丁

- ・地場産品の域内消費拡大
- ・たまり場の構築
- ・回遊の促進

- 交流人口の拡大
- ・駅周辺の再整備
 - ・スタジアムシティプロジェクトなど

【地域局のNCCが参画する意義】

- 「長崎文化横丁」の蓄積
- 「つきまち長崎横丁」の蓄積
- テレビという広告力
- デジタル技術・広告リテラシーの提供
- 放送を通じての地域創生・地域貢献

【副次的な効果】

- 地域経済の起爆剤
- 新たな挑戦の土台づくり
- 雇用の創出・次世代の人材の育成
- 協議会を通じて得た今後のつながり
- 循環型社会(生ごみ活用)
- フードバンクやエコキャップ運動との連携
- 人口減少対策

暮らしやまちへの波及

- ・交流人口のまちなかへの回遊拠点の1つ
- ・地産地消・域内消費の推進
- ・ナイトタイムエコノミーの活性化

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



「つきまち長崎横丁」について

中央小売市場の空き区画への誘致事業を模索していた中、長崎文化放送株式会社（NCC）が長崎の活性化策として、市内中心部での常設化を目指し数か所で実証実験を行っていた「長崎文化横丁事業」について、当該空き区画の活用を持ち掛けたところ、「長崎つきまち横丁推進協議会」を立ち上げ、実証実験を3回に渡り実施した。



	日程	来場者
第1回	R5.1.27(金)～1.29(日)、 R5.2. 3(金)～2. 5(日):6日間	2,149名
第2回	R5.6.24(土)、25(日) :2日間	1,379名
第3回	R5.9.21(木)～24(日) :4日間	1,829名



経済再生プロジェクトの重点テーマに合致

「つきまち長崎横丁」は、今後拡大が見込まれる交流人口の回遊拠点の1つとなるため、経済再生プロジェクトの重点的取組として位置付けている。

取組項目

B 1 交流拡大を捉えた稼ぐ力の向上

現状と課題

- ・長崎市は、全国、類似都市と比較して、総生産に占める第三次産業の割合が高い産業構造となっており、出島メッセ長崎や西九州新幹線の開業、長崎スタジアムシティなどによる100年に一度のまちの変化を契機に交流人口の拡大が見込まれることから、これをビジネスチャンスとして活かしていくことが求められる。

取組方針

●交流人口の回遊につながる仕掛けづくり

- ・交流人口を中心市街地をはじめとした商店街等へ誘客するため、回遊性の向上や、新規店舗の出店支援及び既存店舗の魅力向上に取り組む。